

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу  
(найменування кафедри)

Допущено до захисту  
в. о. завідувача кафедри

**Давиденко І.В.**

\_\_\_\_\_  
(підпис)

“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**  
зі спеціальності \_\_\_\_\_ 242 «Туризм» \_\_\_\_\_  
(цифра та найменування спеціальності)  
за освітньою програмою  
*Туризм*

на тему: **«Удосконалення організації надання послуг у  
туристичних підприємствах ( на прикладі туристичного агентства  
«Форсаж-тур» )»**

**Виконавець:**

студентка факультету міжнародної економіки,  
47 гр.

Малонога Анастасія Андріївна \_\_\_\_\_  
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

**Науковий керівник:**

Кандидат економічних наук  
(науковий ступінь, вчене звання)

Нєчева Наталя Валеріївна \_\_\_\_\_  
(прізвище, ім'я, по батькові)  
підпис

**Одеса 2020**

## АНОТАЦІЯ

кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра  
зі спеціальності «242 туризм»  
за освітньою програмою «Туризм»,  
Одеський національний економічний університет  
м. Одеса, 2020 рік

**Малонога А.А. Удосконалення організації надання послуг у туристичних підприємствах на прикладі туристичного агентства «Форсаж-тур»)**

У роботі розглянуті концептуальні основи формування та потенціал розвитку послуг туристичних підприємств в Україні, досліджені основні проблеми якості надання послуг туристичної галузі в сучасних умовах, розглянуті особливості організації надання послуг туристичними підприємствами.

Надано загальну характеристику діяльності туристичного агентства «Форсаж-тур» у м. Одеса, проаналізовано механізму організації надання послуг ТА «Форсаж-тур» в системі формування та збуту туристичного продукту, оцінені економічні показники як критерії ефективності організації надання туристичних послуг ТА «Форсаж-тур».

Визначено основні напрямки удосконалення організації надання послуг туристичного підприємства. Внесені пропозиції з покращення сервісу та формування системи оцінки якості надання послуг ТА «Форсаж-тур».

**Ключові слова:** туристичне підприємство, туризм, надання послуг, оцінка якості, якість послуг, туристичні послуги.

## ABSTRACT

qualification work for bachelor's degree  
on specialty "tourism 242»  
according to the educational program "Tourism»,  
Odessa national University of Economics  
Odessa, 2020 year

**Malonga A. A. Improvement of services in tourism enterprises**

The paper deals with the conceptual basis of the formation and potential development of services of tourist enterprises in Ukraine, the main problems of the quality of services of the tourism industry in modern conditions, the features of the organization of services by tourist enterprises.

The General characteristic of activity of travel Agency "fast and furious tour" in Odessa is provided, the mechanism of the organization of providing services "fast and furious tour" in system of formation and sale of a tourist product is analyzed, economic indicators as criteria of efficiency of the organization of providing tourist services And "fast and furious tour" are estimated.

The main directions of improvement of the organization of services of the tourist enterprise are defined. Proposals to improve the service and the formation of a system for assessing the quality of service And "fast and furious tour".

**Keywords:** tourist enterprise, tourism, service provision, quality assessment, quality of services, tourist services.



ДОДАТКИ .....	68
---------------	----

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Туристичний бізнес можна справедливо вважати бізнесом ХХІ ст., тому що він є одним з найбільш динамічним і прибутковим серед усіх галузей світового господарства. Туристична діяльність безпосередньо впливає на близько 40 галузей економіки і 10-15% працездатного населення будь-якої країни: це ціла галузь, яка об'єднує навколо себе багато супутніх галузей, таких як пасажирські перевезення (авіа, авто та морські), сфера побутових, послуг (готелі, ресторани, пральні, розважальні заклади тощо), сувеніри та багато інших [5, с. 158].

Розвиток туризму є одним з критеріїв рівня розвитку країни і в цьому аспекті важливим є рівень розвитку інфраструктури відпочинку і туризму, а також забезпечення якості, доступності та конкурентоспроможності туристичних послуг.

Важливу роль у цьому процесі відіграють саме посередники на ринку туристичних послуг – туристичні агенти та туроператори, а ефективність організації їх діяльності впливає на туристичну галузь цілого регіону, що особливо актуально для туристично-орієнтованих регіонів – Києва, Львова, Одеси і тд.

Вагомий внесок у розвиток теорії організації надання послуг туристичних підприємств зробили такі дослідники як Артеменко О. І. [2], Бартошук О. В. [3], Білоцерківський О.Б. [4], Вергун Л.І. [5], Галасюк С. С. [6], Герасименко В. Г. [6], Ільєнко А.Ю. [22], Карягін Ю.О. [13], Кифяк В. Ф. [8], Маркіна І.А. [14], Миронов Ю. Б. [15], Нездоймінов С.Г. [17], Парфінєнко А.Ю., Сорока С.П. [21], Стешенко О.Д. [22], Трегубов О. С. [24], Холодова О. О. [28], Чорненька Н. В. [29] та ін..

Вчені досить широко приділяють увагу вивченню питань якості надання туристичних послуг, інформаційним технологіям в галузі туризму, особливостям регуляторної політики держави у сфері туризму, аспектам формування економічної стратегії розвитку туристичної галузі, напрямкам формування ринку туристичних послуг тощо.

Однак, на сьогодні залишаються відкритими питання, пов'язані з розробкою теоретичних та практичних основ організації надання послуг у туристичних

підприємствах, що зумовлює об'єктивну необхідність здійснення подальших досліджень в даному напрямку.

**Об'єктом дослідження** дипломної роботи стали економічні відносини пов'язані з організацією надання послуг туристичних підприємств.

**Предметом дослідження** – удосконалення організації надання послуг туристичних підприємств.

**Базою дослідження** виступає туристичне агентство «Форсаж-тур» – туристичне агентство, основним напрямком діяльності якого є надання інформаційних послуг [38]. Компанія відкрита у 2017 році в м. Одеса та входить до мережі турагентств «На канікули» [37].

**Метою роботи** є поглиблення вивчення засад теорії організації надання послуг туристичних підприємств та визначення основних напрямків підвищення ефективності надання послуг туристичного підприємства.

Для досягнення поставленої мети необхідне виконання наступних **завдань**:

- розглянути концептуальні основи формування та потенціал розвитку послуг туристичних підприємств в Україні;
- дослідити основні проблеми якості надання послуг туристичної галузі в сучасних умовах;
- розглянути особливості організації надання послуг туристичними підприємствами;
- дати загальну характеристику діяльності туристичного агентства «Форсаж-тур» у м. Одеса;
- проаналізувати механізму організації надання послуг ТА «Форсаж-тур» в системі формування та збуту туристичного продукту
- оцінити економічні показники як критерії ефективності організації надання туристичних послуг ТА «Форсаж-тур»;
- визначити основні напрямки удосконалення організації надання послуг туристичного підприємства;
- внести пропозиції з покращення сервісу та формування системи оцінки

якості надання послуг ТА «Форсаж-тур».

**Методологія і методи дослідження.** У дипломній роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи, які дозволяють системно вирішувати проблемні завдання з обраного напрямку дослідження. Найвагоміші теоретичні й прикладні розробки базуються на положеннях загальної теорії управління, економічного та фінансового менеджменту, стратегічного управління та на використанні таких методів, як: *системний підхід* – при загальному вивченні основних засад надання послуг у туристичній сфері; *індукція та дедукція* – при дослідженні та визначенні змістовного наповнення дефініцій; *аналіз і синтез із застосуванням абстрагування* – при оцінюванні ефективності організації надання послуг на туристичних підприємства; *моделювання та формалізація* – при розробці пропозицій з покращення надання послуг туристичного агентства «Форсаж-тур»; *графічний метод* – при ілюстрації результатів проведеного аналізу.

**Інформаційною базою** є нормативні та законодавчі акти України, що регламентують діяльність туристичних підприємств; основні наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених у межах досліджуваного проблемного поля; офіційні матеріали та експрес-інформація Держкомстату України; інформація з офіційних веб-сайтів туристичного агентства «Форсаж-тур» та мережі компаній «На канікули»; матеріали науково-практичних конференцій, періодичних видань і мережі Internet.

## ВИСНОВКИ

1. Вивчення концептуальних основ формування та потенціалу розвитку послуг туристичних підприємств в Україні показало, що основними проблемами розвитку є військовий конфлікт на сході України, втрата частини території, недофінансування галузі та відсутність достатньої величини інвестицій.

2. Основними проблемами якості надання послуг туристичної галузі в сучасних умовах можна назвати наступні: недостатній рівень розвиненості мережі та об'єктів туристичної інфраструктури; невідповідність світовим стандартам мережі та об'єктів туристичної інфраструктури; низький рівень обслуговування, зумовлений низьким рівнем професійної кваліфікації персоналу туристичних підприємств; відставання темпів нормативно-правового та організаційного забезпечення туристичної діяльності.

3. До організаторів сфери туризму в Україні відносяться два види підприємств: туроператори і турагентства, головна відмінність між якими полягає в тому, що туроператори, крім діяльності по просуванню і реалізації туристичного продукту, займаються також його створенням.

Туроператори мають широкий спектр функцій, що дозволяє забезпечувати виробничо-обслуговуючу діяльність, а саме формувати тури. Головна роль турагентів полягає в реалізації турів, сформованих туроператорами – саме через них доводиться до споживача переважна більшість турів.

Процес взаємодії між туроператором і турагентом здійснюється згідно наступного механізму: формування публічної оферти туроператора → укладання договору між туроператором і турагентом → розсилка туроператором пропозиції у вигляді прайс-листів та рекламних матеріалів → замовлення турагентства на бронювання туристичного продукту → підтвердження замовлення туроператором і виставлення рахунку → оплата рахунку турагентом і передача туроператору документів туриста → отримання турагентом комісійної винагороди.

4. Туристичне агентство «Форсаж-тур» – це компанія, що входить до мережі турагентств «На канікули». Має сприятливе географічне положення щодо



транспортного сполучення та віддаленості від пам'яток культури, музеїв тощо.

Надає широкий спектр послуг серед яких як основні – реклама та реалізація турів українських туроператорів, так і додаткові – візовий супровід, страхування, оформлення проїзних документів тощо.

При роботі з клієнтами використовуються одні з найбільш ефективних систем резервування GDS Galileo та бронювання – Booking.com. Для підвищення конкурентоспроможності на ринку туристичних послуг турфірма застосовує франчайзинг та власні програмні продукти.

5. ТА «Форсаж-тур» здійснює посередницьку діяльність з реалізації туристичних продуктів туроператорів, туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг.

Організацією турів займається персонал компанії, що пов'язаний з центральним управлінським апаратом туристичної мережі функціональними зв'язками. Організаційна структура фірми оптимальна, а штат турагентства укомплектований, однак посада асистента менеджера актуальна в залежності від інтенсивності роботи турагентства, функціональні обов'язки цієї посади може взяти на себе менеджер компанії у випадку оптимізації організаційної структури.

Турагентство має ефективну систему оплати праці – почасово-преміальну, що стимулює працівників до підвищення ефективності реалізації турів та виконання плану. Менеджери мають широкий спектр обов'язків, однак відсутні обов'язки зі зворотного зв'язку з клієнтами після завершення послуги. Не проводиться робота з пост-сервісного обслуговування, що обмежує доступ до інформації щодо недоліків організації процесу надання послуги. Тому ТА «Форсаж-тур» може програвати у конкурентній боротьбі за рівнем сервісу.

6. Оцінка аналіз економічних показників ТА «Форсаж-тур» за 2017-2018 рр. показала високий рівень ефективності організації надання туристичних послуг. Головними маркерами ефективності організаційної діяльності компанії можна вважати: зростання кількості клієнтів – в 2 рази, збільшення продажу турів – в 2 рази, окупність загальних витрат протягом року та зростання загальної

рентабельності з 1,5% до 9,0 %.

Процес організації надання послуг компанії ТА «Форсаж-тур» сформований таким чином, що це призводить до підвищення економічних показників турагентства, розширення штату та зростання доходів його працівників, а також підвищення економічного потенціалу розвитку підприємства.

7. Для покращення організації роботи з клієнтами ТА «Форсаж-тур» пропонуємо на основі зворотного зв'язку з клієнтами після завершення надання послуги розробити систему оцінки якості сервісу. Збір даних, або анкетування має проводитися реальними клієнтами і реалізовуватися у двох формах: електронній та документарній. На основі отриманих даних турагентство може створити власну систему оцінки якості організації надання туристичних послуг.

Для вирішення проблеми пошуку нових можливостей в організації та здійсненні туристичних поїздок необхідне створення загальної інформаційної платформи для обміну досвідом між турагентствами.

Формування зворотного зв'язку з клієнтом допоможе турагентству усунути організаційні недоліки на кожному етапі надання послуги, а також удосконалити роботу персоналу, покращити психологічну атмосферу туру та підвищити рівень сервісного обслуговування; забезпечити високий рівень безпечності туру та обрати оптимальні варіанти засобів розміщення, харчування та транспортування; посилити конкурентні переваги та покращити імідж компанії.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 р. (в поточній редакції) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.portal.rada.gov.ua>.
2. Артеменко О. І. Інформаційні технології в галузі туризму. Аналіз застосувань та результатів досліджень / О. І. Артеменко, В. В. Пасічник, В. В. Єгорова// Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2015. – с. 3-23
3. Бартошук О. В. Концептуальні підходи до формування стратегії розвитку туристичної галузі / О. В. Бартошук // Економічний часопис – XXI. – 2012. – № 3-4. – С. 38-41.
4. Білоцерківський О. Б. Сучасний стан і перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні / О. Б. Білоцерківський // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2018. – № 28. – с. 170-174.
5. Вергун Л. І. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в регіонах України / Л. І. Вергун // Географія та туризм. – 2011. – Вип. 11. – С. 157-164.
6. Герасименко В. Г. Організація надання туристичних послуг : навчальний посібник. / В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк. – Одеса : Атлант, 2014. – 242 с.
7. Драбик Т. Іноземний туризм в Україні: динаміка та проблеми розвитку / Т. Драбик, Є. Пирожак //Голос України. – 2008. – 15 березня – с. 61.
8. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / Кифяк В. Ф. – Чернівці : Книги – XXI, 2003. – 300 с.
9. Комліченко О.О. Фактори розвитку туристичної галузі / О. О. Комліченко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – № 8. – с. 75-79.
10. Кудла Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства: Підручник. Затверджено МОН / Кудла Н.Є. – К., 2012. – 343 с.
11. Любіцева О. О. Методика розробки турів. Навчальний посібник. / Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2003. – 104 с.
12. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. / М.П.

Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. – К.: Знання, 2008. – С.8.

13. Маркетинг турпродукту: підручник / Ю. О. Карягін, З. І. Тимошенко, Т. О. Демура, Г. Б. Мунін. – К.: Кондор, 2009. – 394с.

14. Маркіна І.А. Загрози і небезпеки в діяльності підприємств туристичної сфери / І.А. Маркіна, В.М. Маховка // Проблеми економіки. – 2015. – № 3. – с. 177.

15. Миронов Ю.Б. Використання маркетингу у сфері туризму: опорний конспект лекцій. / Ю.Б. Миронов. – Дрогобич: ДДПУ ім. І. Франка, 2005 – 228 с.

16. Момонт Т. В. Основні напрями формування ринку туристичних послуг / Т. В. Момонт // Економіка. Управління. Інновації. – 2009. – №1. – с. 11-16.

17. Нездоймінов С.Г. Підприємницький вектор розвитку регіонального туризму: Монографія. – Одеса: Пальміра, 2011. – 344 с.

18. Писаревський І. М. Організація туризму: підручник / І.М. Писаревський, С.О. Погасій, М.М. Покоłodна та ін. – Х.: ХНАМГ, 2008. – 541 с.

19. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: Навчальний посібник / П. Р. Пуцентейло. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.

20. Смолій В.В. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. / В.В. Смолій, В.К. Федорченко, В.І. Цибух – К.: ВД «Слово», 2006. – 320 с.

21. Сорока С. П. Регуляторна політика держави у сфері туризму і її реалізація на регіональному рівні / С. П. Сорока. // Економіка. Управління. Інновації. – 2010. – № 1

22. Стешенко О.Д. Економічна стратегія розвитку туристичної галузі в Україні / О.Д. Стешенко, А.Ю. Ільєнко // Научно-технический сборник. Коммунальное хозяйство городов. – 2010. – № 94. – с. 414-417.

23. Ткаченко Т.І. Сталый розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: [монографія] /Т.І. Ткаченко – К.: КНТЕУ, 2006. – 537 с.

24. Трегубов О. С. особливості туристичної індустрії та її роль в економіці / О. С. Трегубов // Економіка і організація управління. – 2016. – № 1 (21). – с. 190-200.

25. Трусова Т. С. Проблеми контролю якості туристичних послуг в умовах трансформації економіки / Т. С. Трусова // Проблеми економіки та управління. –

2011. – Вип. 698. – С. 119-125.

26. Украина – Туризм, общий вклад в ВВП (доля, %) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://knoema.ru/atlas/Украина/topics/Туризм/Общий-вклад-туризма-в-ВВП/Общий-вклад-в-ВВП-доля-percent>

27. Україна в топ-10 небезпечних для туристів країн [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ua.korrespondent.net/ukraine>.

28. Холодова О. О. Проблема підвищення якості туристичного продукту / О. О. Холодова // Географія та туризм. – 2010. – Вип. 10. – С. 25-31.

29. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії: навч. посіб. / Чорненька Н. В. – К.: Атїка, 2009. – 392 с.

30. Booking.com [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.booking.com>.

31. Travel & Tourism Economic Impact 2017 Ukraine [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.wttc.org>

32. UNWTO (Всесвітня туристична організація) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www2.unwto.org>.

33. Карти GOOGLE[Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.google.com/maps>

34. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. Галузеві стандарти. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua>

35. Офіційний сайт Державної служби статистики в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.ukr.stat.gov.ua](http://www.ukr.stat.gov.ua).

36. Офіційна фейсбук-сторінка турагенства «Форсаж-тур» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.forsage-tour.od.ua>

37. Офіційний сайт мережі турагенств «На канікули» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.nakanikuly.ua>

38. Офіційний сайт турагенства «Форсаж-тур» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.forsage-tour.od.ua>

39. Офіційний фейсбук-сторінка мережі турагенств «На канікули» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.facebook.com/pg/NaKanikuly>

40. Сайт 20.ua [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://20.ua>
41. Сайт 2ГИС [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://2gis.ua>
42. Герасименко В. Г. Організація надання туристичних послуг: навчальний посібник / В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк. – Одеса: Атлант, 2014. – 242 с.
43. Герасименко В.Г. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції / За заг. ред. В.Г. Герасименко, О.Л.Михайлюк . — К.: ФОП Гуляєва В.М., 2019. — 332 с.
44. Давиденко І. В. Сучасні напрями стратегічного управління туристичним підприємством / І. В. Давиденко // Економічні студії. – Львів: ГО «Львівська економічна фундація», 2017.- №2 (15) – С. 23-27.
45. Davydenko I., Shykina O., Gudz P., Tovkan O., Yakymyshyn L., Golovchenko O. (2019). Support system of solutions for planning sales activities in the tourism industry. International Journal of Engineering and Advanced Technology (IJEAT) ISSN: 2249 – 8958, Volume-8 Issue-6, August, 2019 P. 3979–3983.
46. Семенов В. Ф. Макроекономічний контекст ефективного управління персоналом підприємств курортно-рекреаційної сфери: монографія / В.Ф. Семенов, Н.В. Нечева. – Бондаренко М.О., 2019. – 258 с.
47. Бедрадіна Г. К. Методика аналізу якості обслуговування споживачів на туристичному підприємстві / Г. К. Бедрадіна, В. Г. Герасименко // Экономика Крыма. - 2010. - №1 (30). - С. 178-183.
48. Нечева Н. В. Напрями удосконалення управління якістю послуг підприємств рекреаційної сфери» / Н. В. Нечева / Економіка та фінанси: наук. журн. – Vienna: East-West Association for Advanced Studies and Higher Education Gmbh, 2015. – Р. 174-177.
49. Нечева Н.В. Сучасні тенденції розвитку інноваційних ІТ-технологій в туризмі/ Н.В. Нечева/ Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених (м. Одеса, 10 квітня 2019

р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2019. – 881 с., С. 118-120

50. Нечева Н.В. Методи PR у сфері туризму // Глобальні та регіональні аспекти інноваційного розвитку економіки: Всеукраїнська науково-практична конференція молодих вчених 23 березня 2018 р, м. Одеса, ОНЕУ, 212 с., С. 201-203

51. Iaromenko S.G., Shykina O.V., Niecheva N.V. Wooden sacral architecture as an object of cultural tourism in Ukraine // Journal Geology, Geography and Geoecology, 2019, 28(4), P. 661-672.

52. Павлоцький В. Я. Аналіз залежності рівня конкурентоспроможності туристичних підприємств від контрольованої ними ринкової частки / В. Я. Павлоцький // Економіка і управління. – 2013. - №5. – С. 24-30.

53. Nezdoyminov S. Regional Trends of the Tourist Flow in Ukraine / S. Nezdoyminov, O. Shykina // International Journal of Innovative Studies in Sociology and Humanities. – 2016. - № 1 (1). – P. 12-18